

Guilherme Leonardo Araújo
Siciane Souto Geruntho

**Planejamento de Comunicação para a Associação de Produtores de Uva
de Mandirituba (Grupo da Uva)**

Curitiba

2009

Guilherme Leonardo Araújo

Siciane Souto Geruntho

**Planejamento de Comunicação para a Associação de Produtores de Uva
de Mandirituba (Grupo da Uva)**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para
obtenção da graduação em
Comunicação Social - habilitação
Relações Públicas da Universidade
Federal do Paraná, tendo como
orientadora a Prof. Dra. Gláucia da
Silva Brito.

Curitiba

2009

“Democracia é oportunizar a todos o mesmo ponto de partida. Quanto ao ponto de chegada, depende de cada um.”

Fernando Sabino

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
1.1 A História das Relações Públicas no Brasil	7
1.2 Relações Públicas Comunitárias	10
CAPÍTULO 2	14
2.1 Conceito de Associação	14
2.2 Conceito de Associação x Conceito de Cooperativa	15
2.3 Produtores de Mandirituba: Do Plantio de Fumo ao Plantio de Uva	20
2.4 A Associação de Produtores de Uva de Mandirituba	23
2.5 O Plantio de Fumo no Paraná e a sua Problemática	24
CAPÍTULO 3	26
3.1 Identificação da Realidade Situacional	27
3.2 Levantamento de Informações, Análise dos Dados e Construção de um Diagnóstico	27
Entrevista com Nesclar Restanho Júnior	29
3.3 Identificação dos Públicos Envolvidos	30
3.4 Determinação de Objetivos e Metas	31
3.5 Adoção de Estratégias, Previsão de Formas Alternativas, Estabelecimento de Ações Necessárias e Definição de Recursos a Serem Alocados	31
3.7 Técnica de Controle	33
3.8 Avaliação dos Resultados	34
CONCLUSÃO	36
BIBLIOGRAFIA	39
ANEXOS	44
Anexo 01	44
Anexo 02	47
Anexo 03	48
Anexo 04	51
Anexo 05	53

RESUMO

O Trabalho de Conclusão de Curso aqui apresentado tem como tema as Relações Públicas Comunitárias, especificamente voltado para a Associação dos Produtores de Uva de Mandirituba - Paraná. Primeiro pesquisamos e apresentamos um breve histórico das Relações Públicas no Brasil e em seguida focamos sobre as Relações Públicas Comunitárias. Escolhemos trabalhar com um grupo de grande importância para o município de Mandirituba, a Associação de Produtores de Uva de Mandirituba, mais conhecida como o Grupo da Uva. A partir do levantamento de informações sobre o Grupo, desenvolvemos um projeto de comunicação que auxilia o grupo a sanar um de seus principais conflitos internos: entender as diferenças entre cooperativa e associação e finalmente se decidir pela mudança ou não. Percebemos com o trabalho que muitos que não aceitam a mudança, simplesmente agem assim por não saber realmente estas diferenças e as vantagens e desvantagens que cada uma possui, para isso elaboramos nosso projeto com a finalidade de esclarecer todos estes pontos.

INTRODUÇÃO

O interesse por Relações Públicas Comunitárias começou logo no início do curso, quando percebemos que o nosso trabalho de Conclusão de Curso poderia ser sobre este assunto. Segundo Peruzzo (1993, p. 6) “sempre existem atividades, projetos e programas nos quais podemos fazer algo em prol do interesse genuíno de públicos ou do interesse público”.

O objetivo deste trabalho é estruturar um projeto de comunicação em uma comunidade e, preferencialmente rural, na qual, segundo Marchiori, em seu artigo *Comunicação Estratégica e Relações Públicas na área Rural* (2002) “é uma área que vem se consagrando com a atuação dos profissionais de Relações Públicas, onde, além das ferramentas convencionais, demanda crescimentos contínuos de novas técnicas e programas, visando adequar este trabalho a uma linguagem, realidade e característica totalmente diversas, que são as propriedades rurais.”

A comunidade escolhida foi o Grupo da Uva, pois o grupo tem uma grande importância para a região de Mandirituba que é, em sua maioria, segundo o Censo demográfico do IBGE 2000, rural (64,27%). O grupo é formado por agricultores da região que foram estimulados a trocar o plantio de fumo pelo plantio da uva. Os agricultores trocarem o plantio de fumo pelo plantio da uva, que é algo mais saudável, também nos estimulou a desenvolver este trabalho.

Mandirituba está situada no Paraná a 45 quilômetros de Curitiba, capital do Estado. A cidade de Mandirituba possui, aproximadamente, 20.000 habitantes.

Para iniciar este projeto, primeiramente, participamos de uma reunião com todos os agricultores e percebemos qual era o assunto mais discutido e se havia algum conflito no grupo por algum tema. Em segundo, fizemos uma entrevista com o ex-líder do Grupo da Uva, filho do fundador e ainda membro da associação, Neclar Restanho Júnior, para levantar dados sobre a associação como história e problemas de comunicação. Neclar Restanho Júnior é enólogo e é formado em Agronomia pela Universidade Federal do Paraná.

Após o levantamento de todos estes dados, o intuito é analisá-los e propor um planejamento estratégico para o Grupo para que possa suprir estas dificuldades analisadas. Este projeto será implantado em janeiro de 2010.

Nosso trabalho terá o intuito de envolver também a EMATER (Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural) e o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Ambos já trabalham com a Associação e possuem uma pessoa responsável por acompanhar as reuniões do grupo.

Este trabalho está organizado da seguinte forma: no capítulo 01 há uma abordagem sobre a história das Relações Públicas no Brasil e sobre a história das Relações Públicas Comunitárias. No capítulo 02 explicamos o que é uma associação, apresentamos a Associação dos Produtores de Uva de Mandirituba no qual desenvolvemos nosso trabalho e mostramos as principais diferenças entre associação e cooperativa. Por fim, no capítulo 03, apresentamos o planejamento de comunicação proposto ao grupo que visa esclarecer e incentivar a mudança de associação para cooperativa.

CAPÍTULO 1

1.1 A História das Relações Públicas no Brasil

A história das Relações Públicas no Brasil começou em 1914 com o engenheiro e patrono de Relações Públicas no país, Eduardo Pinheiro Lobo. Seu trabalho como relações-públicas foi desenvolvido na *The São Paulo Tramway Ligth and Power Co. Limited*, a Companhia Paulista de Energia Elétrica Ligth. Lá, Eduardo P. Lobo desenvolveu o primeiro departamento de Relações Públicas do Brasil.

O mérito de Eduardo Pinheiro Lobo foi de criar, pela primeira vez no Brasil, um setor de Comunicação numa empresa estatal que tinha como objetivo principal manter a opinião pública paulista informada sobre as ações da Light. Nesta época, havia muitos protestos populares contra os serviços oferecidos pelas empresas estatais, cuja baixa qualidade traziam grandes insatisfações no seio dos consumidores. Dessa forma, o trabalho das Relações Públicas no Brasil, nasceu tentando mudar a visão que as pessoas tinham, já no início do século e na cidade mais desenvolvida do país sobre a qualidade dos serviços oferecidos pelas empresas governamentais. Pinheiro Lobo, de formação técnica e sem conhecer profundamente os processos da Comunicação Empresarial, conseguiu manter um fluxo de informações entre a Ligth e a Opinião Pública e ganhou, aos poucos, confiança do público consumidor, criando uma imagem positiva da empresa. Pinheiro Lobo desenvolveu esta atividade na Ligth até 1935. (BREGUÊZ; SEBASTIÃO, 1999).

Mesmo com algumas iniciativas isoladas entre 1914 e 1950, é na década de 1950 que a área adquire maior forma como atividade profissional (Kunsch 1997, p.19). Muitos dos acontecimentos importantes que fizeram parte da história das Relações Públicas nesta década foram consequência do novo panorama econômico criado por Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek.

(...) havia uma política industrial desenvolvimentista que trouxe pra cá (Brasil) muitas empresas multinacionais, com o conseqüente desenvolvimento do mercado interno (...). As multinacionais trouxeram consigo uma cultura de valorização da comunicação, sobretudo das áreas de propaganda, publicidade e relações públicas. (KUNSCH, 1997, p.19 – 20).

Durante este período foram criados os primeiros departamentos de Relações Públicas. Como explicita Kunsch, a Companhia Siderúrgica Nacional, em 1951, em Volta Redonda, RJ, constituiu o primeiro departamento de Relações Públicas autenticamente nacional, chefiado por Edivaldo Simas Pereira, visto hoje como o precursor da linha administrativa em relações públicas no Brasil(1997, p.20).

O primeiro curso de Relações Públicas no Brasil surgiu também na década de 50, mais especificamente em 1953, na Escola Brasileira de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas, no Rio de Janeiro. Em 1954, surgiria então, a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), existente até hoje.

A criação dessa associação representou um marco histórico das relações públicas na década de 1950. As diretorias que se sucederam exerceram um papel fundamental para a correta compreensão do real significado da profissão. Com esse objetivo, realizaram-se congressos, cursos e seminários, além de se fomentar o intercâmbio com outros países. (KUNSCH, 1997, p.21).

Segundo Kunsch (1997, p.22), o fato histórico mais importante para a profissão na década de 1960 foi a regulamentação em 26 de setembro de 1968, onde esta passou a ser privativa dos bacharéis de comunicação social com habilitação em relações públicas.

Ainda na década de 1960 e também na década de 70, a profissão de Relações Públicas sofreu forte influência do Governo Militar, por meio também da AERP (Assessoria Especial de Relações Públicas). Carlos Eduardo Mestieri escreveu um artigo falando sobre esta época para o site portal rp:

Outro desafio para os Relações Públicas foi o movimento “nacionalista” para não dizer “estatizante” que se acirrou com a renúncia de Jânio Quadros, culminando com a revolução de 1964 que, por sua vez levou, em 1968, à promulgação do “AI5” que determinou o fechamento do Congresso, a censura à imprensa e a toda manifestação cultural, às prisões políticas, às cassações de mandatos e ao fechamento dos centros acadêmicos e ao afastamento de professores e cientistas.

Mas não estou aqui para fazer o relato histórico da política brasileira, mas para mostrar como esta resultou em desafios para o desenvolvimento de uma atividade que pressupõe como básico o regime democrático, a liberdade de expressão e, que por mais estranho que pareça, cresceu em pleno regime militar ditatorial.

As relações governamentais, normalmente desenvolvidas com o Legislativo, apresentam um novo desafio para os profissionais da comunicação, pois passam a ser estabelecidas com o Executivo (um poder normalmente mais fechado do que o Legislativo) e com organismos militares de onde eram escolhidos os Presidentes da República e muitos Ministros dos ministérios civis, além serem os principais influenciadores das normas e legislações de um período de exceção. (MESTIERI, 2009)

A década de 1980, como cita Kunsch (1997, p.31), caracterizava-se por vários acontecimentos importantes para as relações públicas. Uns dizem respeito diretamente à área. Outros ocorreram em um âmbito mais geral, mas provocaram grandes mudanças nos paradigmas conceituais até então vigentes, tanto no mercado profissional como no setor acadêmico. (...) Tratava-se, em síntese, de reconhecer que a antiga estrutura de relações públicas não correspondia mais às necessidades e aos anseios da sociedade e das próprias empresas, que passaram a postular atividades e programas integrados de comunicação.

Em entrevista aos jornalistas Paulo Nassar e Nara Damante, James Grunig, um dos mais notórios estudiosos de Relações Públicas do cenário mundial, analisou a evolução das Relações Públicas no cenário mundial dos anos 70, 80 e 90:

Eu comecei a ensinar Relações Públicas em 1969 e tenho observado a prática das Relações Públicas nestas três décadas. Certos aspectos não mudaram nada nestes últimos 30 anos. A maioria dos profissionais de Relações Públicas estava preocupado com o relacionamento com a mídia nos anos 70 e a maioria continua preocupado com isto hoje. Entretanto, nestes 30 anos, a pesquisa em Relações Públicas melhorou muito – tanto a pesquisa prática realizada pelos profissionais quanto a pesquisa acadêmica. A habilidade dos profissionais em implementar pesquisas ou encomendá-las a empresas especializadas tornou possível a prática das Relações Públicas de forma estratégica e simétrica de duas mãos.

Os profissionais que apenas têm habilidade para escrever e disseminar informações não conseguem trabalhar desta maneira. Muitos (mas não todos) dos profissionais de hoje aprenderam como planejar estrategicamente as Relações Públicas, medir e avaliar os resultados de seus trabalhos, aconselhar a administração e empregar de diversas formas a comunicação com seus públicos – incluindo, mas não se limitando, à comunicação de massa. Além disso, o presidente ou os diretores das organizações começaram a reconhecer o valor das Relações Públicas na administração e começaram a reconhecer que os profissionais de Relações Públicas agregam valor à sua organização.

Finalmente, os estudiosos em Relações Públicas contribuíram muito no conhecimento teórico para os profissionais de Relações Públicas que não existiam nos anos 70 e até mesmo nos anos 80. As Relações Públicas atualmente possuem um corpo de conhecimento que as torna uma profissão comparável a direito, medicina e outras profissões tradicionais. A educação em Relações Públicas melhorou muito nos últimos 30 anos. Hoje, os graduados em Relações Públicas saem da universidade com muito mais conhecimento e entendimento que os seus similares das décadas anteriores. (GRUNIG, 1999)

Após todo o trajeto histórico de surgimento e desenvolvimento da profissão de Relações Públicas, hoje, A ABRP (Associação Brasileira de Relações Públicas), segundo Peruzzo (2004, p.33), “define oficialmente Relações Públicas como a “atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada.”

A profissão de relações públicas tem uma rede ampla de onde se pode trabalhar e, uma destas áreas é a das relações públicas comunitárias. É na década de 80 que esta se desenvolve.

1.2 Relações Públicas Comunitárias

O desenvolvimento das relações públicas comunitárias se deu, segundo Kunsch:

a partir de debates, de eventos culturais e científicos e mesmo da realização de projetos experimentais, o objetivo era demonstrar que o trabalho da área (relações públicas) não podia se voltar apenas para as empresas e o governo, como ficava patente até nos currículos das escolas de comunicação social e na literatura existente. Ele devia estender-se a qualquer tipo de organização e também aos movimentos sociais. Isso colaborou para colocar a atividade sob uma nova ótica, gerando um conceito mais positivo para a profissão desgastada pelo atrelamento ao regime militar em décadas anteriores. (KUNSCH. 1997, p.37)

Já em 1984, Kunsch fala sobre as suas impressões e as suas perspectivas sobre as relações públicas comunitárias ainda naquela época, para se possa entender seu desenvolvimento e o que significava àquela mudança para a profissão:

As perspectivas são grandes. Trata-se, mais do que qualquer outra coisa, de valorizar a pessoa humana, de colocar o homem no centro de toda a atividade social, de adotar o homem como critério. E adotar o homem como critério, segundo João Paulo II, 'quer dizer comprometer-se na transformação de toda situação e realidade injustas, para torná-las elementos de uma sociedade justa'. Este deve ser o objetivo das Relações Públicas Comunitárias (KUNSCH. 1984, p.15)

Mais recente, Waldemar Luiz Kunsch comenta também sobre o início das relações públicas comunitárias afirmando essa nova maneira de se pensar, que Kunsch já havia citado, sobre as relações públicas que se iniciou na década de 1980:

“Um novo paradigma passou a ser delineado para as relações públicas na década de 1980, com o IX Congresso da União Cristã Brasileira de Comunicação Social, que incluiu em seu programa um painel sobre relações públicas a serviço dos interesses populares. A partir daí, foram surgindo os primeiros textos sobre o que chamamos de relações públicas comunitárias, sob a forma de artigos e dissertações. Hoje já é possível falar, teórica e praticamente, de relações públicas comunitárias, ou seja, de um trabalho comprometido com os interesses dos segmentos sociais organizados ou com o interesse público. Os discursos se voltam à qualidade de vida do homem em sua comunidade, na construção da cidadania.” (KUNSCH; W.L. 2007, p.107)

Em seu artigo *Relações Públicas comunitárias: um desafio*, Kunsch (1984) cita experiências próprias vivenciadas ainda na década de 80, na área de relações públicas comunitárias:

Participei do IX Congresso da UCBC (União Cristã Brasileira de Comunicação Social), em 1980, cujo tema era a “Comunicação Popular’ (...) Na mesma época, com colegas de magistério e alunos do último ano de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social do Instituto Metodista de Ensino Superior, de São Bernardo do Campo, iniciávamos um projeto experimental voltado para a comunidade local, numa tentativa concreta de se dar às Relações Públicas uma dimensão social de maior alcance, num contexto de cultura popular.

Esta experiência vivenciada por Margarida Kunsch no início do desenvolvimento das relações Públicas Comunitárias é muito atual dentro do contexto e do significado das RRPP Comunitárias hoje.

Complementando o sentido dado às relações públicas comunitárias, pode se citar Peruzzo (1993, p.1) que explicita:

Falar de Relações Públicas populares, ou comunitárias, significa falar de 'novas' relações públicas. 'Novas' no sentido de estarem comprometidas com a realidade concreta e com as necessidades e interesses majoritários da população sofrida, impossibilitada de usufruir dos direitos plenos de cidadania (...) com os interesses dos segmentos subalternos organizados ou, num sentido mais amplo, com o interesse público.

Quanto ao campo de atuação das relações públicas comunitárias, Peruzzo (1993,p.7) explica que:

Nós profissionais de relações públicas, também temos o direito e o dever de contribuir para a realização da cidadania de todas as pessoas do nosso país, ou de todos os países que não a tem assegurada. (...) Vamos precisar de três campos. Primeiro: seja qual for a organização para a qual trabalhamos (seja empresa privada, órgão público ou qualquer outra instituição) podemos ocupar espaços abertos pelas contradições. Apesar das limitações previsivelmente existentes, sempre existem atividades, projetos e programas nos quais podemos fazer algo em prol do interesse genuíno de públicos ou de interesse público. Segundo: nas organizações que se pautam pelos interesses do bem comum e/ou orgânicas aos movimentos sociais populares, como nas ONGs (Organizações Não Governamentais), por exemplo. Terceiro: dentro dos próprios movimentos ou organizações sociais populares e sindicais (Associações de Moradores. Centro de Defesa dos Direitos Humanos, Sindicatos, Grupos de Mulheres etc). Aí enquanto membro (sem vínculo empregatício, assessoria (voluntária ou remunerada) ou como profissional contratado, é possível fazer um trabalho engajado colocando seus conhecimentos e as técnicas de RRPP a serviço dos mesmos.

Nota-se neste texto de Peruzzo que o profissional de Relações Públicas pode trabalhar, seja numa associação ou em uma empresa privada, com Relações Públicas Comunitárias, desde que voltada em prol do interesse público.

Quanto ao modo como o relações públicas deve se portar nas relações públicas comunitárias, Margarida Kunsch diz em seu artigo que:

Para tanto, exige-se do profissional de Relações Públicas: uma mudança existencial, de sorte que ele se compenetre de seus direitos e deveres no contexto em que vive; que ele faça coincidir os seus interesses com os das classes subalternas: a transformação socioeconômica e política em vista de uma sociedade justa e livre; por fim, que ele ofereça suas técnicas às classes subalternas, ajudando-as a melhorar a própria imagem diante do público, a tornar aceitáveis os seus programas e objetivos, a facilitar o fluxo de comunicação entre as lideranças e as bases, a prever as possíveis reações às suas reivindicações, a transmitir a outros movimentos

populares e ao outro pólo os seus propósitos e as suas realizações.
(Kunsch, 1984)

Esta postura escrita por Kunsch em 1984 ainda é muito atual e muito utilizada.

Neste trabalho que será desenvolvido para a Associação de Produtores de Uva de Mandirituba, utilizamo-nos das teorias e técnicas das relações públicas comunitárias por se tratar de uma associação em busca do interesse coletivo e, também, por se tratar de uma transformação socioeconômica e política em vista de uma sociedade justa e livre dita acima por Kunsch.

CAPÍTULO 2

2.1 Conceito de Associação

De acordo com o site do Sebrae de Minas Gerais (www.sebraemg.com.br), de uma maneira ampla, uma Associação é “qualquer iniciativa formal ou informal que reúne pessoas físicas ou outras sociedades jurídicas com objetivos comuns, visando superar dificuldades e gerar benefícios para os seus associados”.

O novo Código Civil Brasileiro (2000, art.53) caracteriza uma Associação como uma união de pessoas que se organizam para fins não econômicos e ainda recomenda que a associação seja estabelecida com um numero mínimo de 06 associados, com a seguinte composição: Diretoria executiva 02 membros – presidente e vice-presidente; tesoureiro 1 membro; secretário 1 membro; conselho fiscal 2 membros. É sugerido que a Associação tenha essa composição para que o ato de elaboração da ata não seja nulo.

Segundo o site do Sebrae de São Paulo,

Associação é uma entidade de direito privado, dotada de personalidade jurídica e caracterizada pelo agrupamento de pessoas para a realização e consecução de objetivos e ideais comuns, sem finalidade lucrativa. Uma associação sem fins lucrativos poderá ter diversos objetivos, tais como:

- a. associações de classe ou de representação de categoria profissional ou econômica;
- b. instituições religiosas ou voltadas para a disseminação de credos, cultos, etc.;
- c. entidades de benefício mútuo destinadas a proporcionar bens ou serviços a um círculo restrito de associados - ex.: clubes esportivos; centrais de compras; associações de bairro, moradores, etc.;
- d. associações com objetivos sociais que observam o princípio da universalização dos serviços - Ex.: promoção da assistência social; promoção da cultura, patrimônio histórico e artístico; promoção gratuita da saúde e educação; preservação e conservação do meio ambiente; promoção dos direitos humanos, etc.

As atividades previstas na letra "d", acima, são atribuídas às ONGs, podendo ser qualificadas como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público perante o Ministério da Justiça, a fim de firmar

TERMO DE PARCERIA com o Poder Público e obter repasses de recursos para o fomento destas atividades, observados os dispositivos previstos na Lei nº 9.790, de 23/03/99 e Decreto nº 3.100, de 30/06/99.

Percebemos então com esta citação que a associação não possui fins lucrativos e existe para formalizar um grupo de pessoas com um interesse em comum. Portanto, de acordo com a legislação o grupo da uva não pode comercializar produtos como associação.

2.2 Conceito de Associação x Conceito de Cooperativa

Para entender a diferença entre associação e cooperativa é preciso que se entenda as diferenças de cada uma, bem como suas características. É importante que entendamos esta diferença, pois nosso projeto aborda exatamente a questão: a associação dos produtores de uva aqui analisada deve ou não se transformar em cooperativa?

Como já citamos, uma associação é uma iniciativa que reúne pessoas com um objetivo em comum. Porém é importante deixar claro que o objetivo da Associação não é financeiro, ou seja, não visa o lucro.

Já a cooperativa, também segundo o Sebrae, “é uma associação autônoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de um empreendimento de propriedade coletiva e democraticamente gerido”.

A grande diferença da cooperativa para a associação é o seu caráter essencialmente econômico. Sua finalidade é “colocar os produtos e/ou serviços de seus cooperados no mercado, em condições mais vantajosas do que os mesmos teriam isoladamente” como diz o Sebrae.

Sobre Cooperativas, ainda diz que:

Nas cooperativas os associados são os donos do patrimônio e os beneficiários dos ganhos que o processo por eles organizados propiciará. Uma cooperativa de trabalho beneficia os próprios cooperantes, o mesmo em uma cooperativa de produção. As sobras que porventura houverem das relações comerciais estabelecidas pela cooperativa podem, por decisão de assembléia geral, serem distribuídas entre os próprios cooperantes, sem contar o repasse dos valores relacionados ao trabalho prestado pelos cooperantes ou da venda dos produtos por eles entregues na cooperativa.

Em uma associação, os associados não são propriamente os seus “donos”. O patrimônio acumulado pela associação em caso da sua dissolução deverá ser destinado à outra instituição semelhante conforme determina a lei e os ganhos eventualmente auferidos pertencem à sociedade e não aos associados que dela não podem dispor, pois os mesmos, também de acordo com a lei, deverão ser destinados à atividade fim da associação. Na maioria das vezes os associados não são nem mesmo os beneficiários da ação do trabalho da associação.

A associação tem uma grande desvantagem em relação à Cooperativa, ela engessa o capital e o patrimônio, em compensação tem algumas vantagens que compensam grupos que querem se organizar, mesmo para comercializar seus produtos: o gerenciamento é mais simples e o custo de registro é menor.

Vamos destacar, no entanto, que se a questão é atividade econômica o modelo mais adequado é a Cooperativa.” (SEBRAE-MG)

Abaixo há uma tabela extraída do site do Sebrae de Minas Gerais citando as diferenças em diversos aspectos entre uma associação e uma cooperativa.

CRITÉRIO	ASSOCIAÇÃO	COOPERATIVA
Conceito	Sociedade de pessoas sem fins lucrativos	Sociedade de pessoas sem fins lucrativos e com especificidade de atuação na atividade produtiva/comercial
Finalidade	Representar e defender os interesses dos associados. Estimular a melhoria técnica, profissional e social dos associados. Realizar iniciativas de promoção, educação e assistência social.	Viabilizar e desenvolver atividades de consumo, produção, prestação de serviços, crédito e comercialização, de acordo com os interesses dos seus associados. Formar e capacitar seus integrantes para o trabalho e a vida em comunidade.
Legalização	Aprovação do estatuto em assembléia geral pelos	Aprovação do estatuto em assembléia geral pelos

	associados. Eleição da diretoria e do conselho fiscal. Elaboração da ata de constituição. Registro do estatuto e da ata de constituição no cartório de registro de pessoas jurídicas da comarca. CNPJ na Receita Federal. Registro no INSS e no Ministério do trabalho.	associados. Eleição do conselho de administração (diretoria) e do conselho fiscal. Elaboração da ata de constituição. Registro do estatuto e da ata de constituição na junta comercial. CNPJ na Receita Federal. Inscrição Estadual. Registro no INSS e no Ministério do trabalho. Alvará na prefeitura.
Constituição	Mínimo de duas pessoas.	Mínimo de 20 pessoas físicas
Legislação	Constituição (art. 5o., XVII a XXI, e art 174, par. 2o.). Código Civil	Lei 5.764/71. Constituição (art. 5o. XVII a XXI e art. 174, par 2o.) Código civil.
Patrimônio/ Capital	Seu patrimônio é formado por taxa paga pelos associados, doações, fundos e reservas. Não possui capital social. A inexistência do mesmo dificulta a obtenção de financiamento junto às instituições financeiras.	Possui capital social, facilitando, portanto, financiamentos junto às instituições financeiras. O capital social é formado por quotas-partes podendo receber doações, empréstimos e processos de capitalização.
Representação	Pode representar os associados em ações coletivas de seu interesse. É representada por federações e confederações.	Pode representar os associados em ações coletivas do seu interesse. Pode constituir federações e confederações para a sua representação.
Forma de Gestão	Nas decisões em assembléia	Nas decisões em assembléia

	geral, cada pessoa tem direito a um voto. As decisões devem sempre ser tomadas com a participação e o envolvimento dos associados.	geral, cada pessoa tem direito a um voto. As decisões devem sempre ser tomadas com a participação e o envolvimento dos associados.
Abrangência/ Área de Ação	Área de atuação limita-se aos seus objetivos, podendo ter abrangência nacional.	Área de atuação limita-se aos seus objetivos e possibilidade de reuniões, podendo ter abrangência nacional.
Operações	A associação não tem como finalidade realizar atividades de comércio, podendo realiza-las para a implementação de seus objetivos sociais. Pode realizar operações financeiras e bancárias usuais.	Realiza plena atividade comercial. Realiza operações financeiras, bancárias e pode candidatar-se a empréstimos e aquisições do governo federal. As cooperativas de produtores rurais são beneficiadas do crédito rural de repasse
Responsabilidades	Os associados não são responsáveis diretamente pelas obrigações contraídas pela associação. A sua diretoria só pode ser responsabilizada se agir sem o consentimento dos associados.	Os associados não são responsáveis diretamente pelas obrigações contraídas pela cooperativa, a não ser no limite de suas quotas-partes e a não ser também nos casos em que decidem que a sua responsabilidade é ilimitada. A sua diretoria só pode ser responsabilizada se agir sem o consentimento dos associados.
Remuneração	Os dirigentes não têm	Os dirigentes podem ser

	remuneração pelo exercício de suas funções; recebem apenas o reembolso das despesas realizadas para o desempenho dos seus cargos.	remunerados por retiradas mensais pró-labore, definidas pela assembléia, além do reembolso de suas despesas.
Contabilidade	Escrituração contábil simplificada.	A escrituração contábil é mais complexa em função do volume de negócios e em função da necessidade de ter contabilidades separadas para as operações com os sócios e com não-sócios.
Tributação	Deve fazer anualmente uma declaração de isenção de imposto de renda.	Não paga Imposto de Renda sobre suas operações com seus associados. Deve recolher o Imposto de Renda Pessoa Jurídica sobre operações com terceiros. Paga as taxas e os impostos decorrentes das ações comerciais.
Fiscalização	Pode ser fiscalizada pela prefeitura, pela Fazenda Estadual, pelo INSS, pelo Ministério do Trabalho e pela Receita Federal.	Pode ser fiscalizada pela prefeitura, pela Fazenda Estadual (nas operações de comércio), pelo INSS, pelo Ministério do Trabalho e pela Receita Federal.
Dissolução	Definida em assembléia geral ou mediante intervenção judicial, realizada pelo Ministério Público.	Definida em assembléia geral e, neste caso ocorre a dissolução. No caso de intervenção judicial, ocorre a

		liquidação, não podendo ser proposta a falência.
Resultados Financeiros	As possíveis sobras obtidas de operações entre os associados serão aplicadas na própria associação.	Após decisão em assembléia geral, as sobras são divididas de acordo com o volume de negócios de cada associado. Destinam-se 10% para o fundo de reserva e 5% para o Fundo Educacional (FATES)

O primeiro passo dos produtores de uva foi a criação da Associação, transformando muitos dos antigos produtores de fumo da região de Mandirituba em produtores de uva. Levantamos em nossas pesquisas que a questão fundamental a ser respondida é: Qual é a melhor alternativa para a Associação dos Produtores de Uva de Mandirituba, transformá-la em uma cooperativa ou continuar como Associação? E para que seja esclarecida esta dúvida é necessário primeiro o esclarecimento para os produtores sobre vantagens, desvantagens, problemas e características, tanto de associação quanto de cooperativa para que eles possam ou não dar um segundo passo quanto à regulamentação e organização.

2.3 Produtores de Mandirituba: Do Plantio de Fumo ao Plantio de Uva

Mandirituba é um município brasileiro do estado do Paraná, situado a 45 quilômetros da capital do Estado, Curitiba. Sua população, segundo censo de 2007, era de 20.408 habitantes. Nesclar Restanho, em 2002, então presidente do Conselho de Desenvolvimento do Município de Mandirituba e, preocupado com a situação dos plantadores de fumo, começou a procurar possíveis cultivos alternativos ao cultivo do fumo. Conforme relata Nesclar Restanho Júnior, filho de Nesclar Restanho e atual membro da Associação dos Produtores de Uva de Mandirituba, pode se perceber tal preocupação: “Na época o meu pai achava que tinha que parar de plantar fumo e utilizar outros

tipos de plantação que pudessem ser vantajosos ao agricultor e, aos poucos, fosse substituindo o principal cultivo da região, que era o fumo”.

Restanho era um apreciador e um estudioso do cultivo de uva. Ele acreditava, segundo Restanho Júnior, que era possível e economicamente viável para os agricultores substituírem o plantio do tabaco pelo plantio da uva, pois a região de Mandirituba tem características que favorecem o plantio da uva.

Comprovando o pensamento de Restanho, Pacheco explicita a respeito do plantio de uva:

O cultivo da videira é economicamente viável nas mais longínquas e variadas regiões do globo terrestre, mesmo com climas adversos e solos de composição e origens diversas. Isso é possível devido à arte e ao engenho do homem, aos recursos colocados a sua disposição e as múltiplas variedades de videiras. O Frio também é muito importante na produção de vinhos finos, pois no inverno a planta se retrai, brotando na primavera com muito mais intensidade. (PACHECO. 2000, p.51-52)

Nesclar Restanho, junto com 08 (oito) produtores de Mandirituba, decidiram formar o Grupo da Uva. “No início era apenas um grupo de amigos que queriam plantar uva” diz Nesclar Junior, “Eles queriam provar que não era só o fumo que dava lucro e que outras atividades aqui (Mandirituba) também poderiam dar lucro”. A propriedade de Restanho foi a primeira a plantar uva na região da comunidade de Lagoa dos Ferreiras de Mandirituba. “Começamos plantando uva de mesa e, principalmente, uva para produção de vinho nas 08 (oito) propriedades,” conta Nesclar Júnior. Após realizar com sucesso a primeira colheita, vários outros produtores demonstraram interesse em começar a plantar uva e vários órgãos como a EMATER e a Prefeitura Municipal de Mandirituba, começaram a mostrar interesse em apoiar o grupo. Na safra de 2004, a produção do grupo rendeu 2.500 litros de vinho.

Os pequenos agricultores que dependiam da indústria do tabaco para sobreviver encontraram grande apoio e suporte para o cultivo da uva nesta região. Segundo Rodrigo Araújo Kriek, técnico Agropecuário formado no Centro Estadual de Educação Profissional Lysímaco Ferreira da Costa no município de Rio Negro – PR (na região de Mandirituba), “os técnicos agrícolas da EMATER orientam os pequenos agricultores sobre o plantio da videira

explicando: tipos de solo, tipos de clima, variedades da planta, como combater pragas e doenças sem o uso do agrotóxico. Com isso o pequeno produtor adquire o conhecimento necessário para produzir uma uva de qualidade”.

Uma grande vantagem do plantio da uva em relação ao plantio do fumo é que enquanto o fumo só poderia ser vendido para a indústria do tabaco, a uva tem várias opções de mercado como: doces, geléias, vinagres, sucos, licores, aguardente, vinhos e *in natura*. “Da uva, tudo se aproveita”, afirma Luiz Antenor Rizzon pesquisador da Embrapa Uva em entrevista ao site do Ministério da Agricultura (2008) “Um aproveitamento racional permite que se faça o vinho, utilize-se o óleo da semente na indústria de cosméticos e, por fim, que se faça uma compostagem e se utilize os restos da cultura como adubo orgânico.” Além disso, A videira adapta-se facilmente aos mais diversos tipos de solos, desde que estes sejam ricos em matéria orgânica, o que pode ser conseguido pela adição de adubo orgânico ao solo.

Enquanto o fumo faz mal a quem planta e a quem é usuário, a uva tem propriedades medicinais, como afirma Aristides de Oliveira Pacheco, em seu livro *Iniciação a Enologia*:

“O consumo moderado de vinho faz bem à saúde, diz a sabedoria popular. E as conclusões mais recentes dos congressos de medicina apontam na mesma direção, trazendo argumentos científicos para a convicção de que o consumo de vinhos, sobretudo os tintos, é um remédio para o coração. É sabido que dois copos de vinho tinto diários, consumidos regularmente durante as refeições, aumentam o chamado ‘bom’ colesterol (HDL – High Density Lipoprotein), diminuindo com isso, o ‘mau’ colesterol (LDL – Low Density Lipoprotein) do sangue. Enquanto o mau colesterol tende a depositar-se nas artérias, o bom colesterol ajuda a remover aquele já depositado, reduzindo o risco de arteriosclerose e de infarto. Se o nível de colesterol bom for de 40% ou mais, o risco de infarto cai de cinco para um, ou seja, é reduzido em 80%”.

Num recente congresso de cardiologia, realizado nos Estados Unidos, foi constatado outro efeito positivo do vinho tinto sobre o coração. Como a aspirina, o vinho protege as plaquetas, por conter os coágulos sanguíneos, responsáveis pelos ataques cardíacos. Uma substância que se encontra na casca das uvas esmagadas durante a produção do vinho tinto é o principal agente causador desse recém descoberto efeito benéfico sobre o coração.

Os baixos índices de mortalidade decorrentes de problemas cardíacos também podem ser tomados como indicadores da importância do consumo moderado de vinho.(...)

O vinho também melhora a digestão, propiciando a produção de gastrina, um hormônio que regula as funções do estômago. Essa é mais uma conclusão atribuída às experiências de cientistas americanos, como também a descoberta de que o vinho contém

tiramina, uma substância que favorece a produção de noradrenalina, útil para combater o estresse. Sem dúvida, o vinho é uma bebida única, que possui propriedades particulares e complexas, muitas das quais ignoradas até bem pouco tempo, e outras que certamente ainda serão descobertas." (2000, p. 93-94)

Esta citação comprova os benefícios que o consumo da uva e de seus derivados traz para a saúde do homem. Pode-se dizer então que a idéia de Nesclar de mudar do plantio de fumo para o plantio de uva trouxe mudanças positivas para os plantadores de Mandirituba que aderiram à idéia. Agora, além de não terem os malefícios do plantio de fumo, eles produzem a uva, um produto que traz benefícios para a saúde.

2.4 A Associação de Produtores de Uva de Mandirituba

Fundada em 2001 por Nesclar Restanho, que teve a iniciativa de se unir com mais 08 (oito) produtores, atualmente a associação de produtores de uva de Mandirituba conta com 33 associados e produz em média 70 mil litros de vinho por ano.

Em novembro de 2004, Nesclar Restanho faleceu e, em seu lugar, quem assumiu a direção do Grupo da Uva foi seu filho Nesclar Restanho Júnior. Restanho Júnior liderou o grupo até início do ano de 2009, mas continua no grupo como membro e, além disto, todo maquinário da Associação está instalado em suas propriedades, tendo todos os membros do grupo o usufruto destes materiais.

No começo do ano de 2005 o "Grupo da Uva", que já contava com 20 produtores, recebeu da Secretaria Estadual do Trabalho, Emprego e Promoção Social, os equipamentos necessários para a produção de vinho artesanal. A doação foi por meio do programa Produção Solidária de Alimentos - Produsa, que no Paraná está inserido no Programa Economia Solidária. "Como as famílias estavam parando de plantar fumo, não poderiam ficar sem nenhuma renda. O incentivo na produção do vinho artesanal fortalece o ideal do cultivo da uva" afirmou o, na época, Secretário do Trabalho, Emprego e Promoção Social, padre Roque Zimmermann em entrevista a Assessoria de Imprensa do governo do estado (<http://www.orbis.org.br/>).

Hoje, com o grupo já estruturado, Nesclar Restanho Júnior afirma: “Diferentemente do que acontece com o plantio do fumo, a gente trabalha sempre com o recurso disponível. Ninguém tem dívida na associação.”

2.5 O Plantio de Fumo no Paraná e a sua Problemática

O plantio do fumo representa cerca de dez por cento da produção agrícola paranaense e, para muitos agricultores, é a única fonte de subsistência de sua família. O plantio do fumo parece ser uma alternativa de investimento fácil para os produtores que querem um aumento de lucros sem precisar mudar para os grandes centros urbanos e trabalhar como empregado. “O colono apenas manifesta o desejo de se tornar um fumeiro e a empresa fornece todas as condições necessárias. Uma vez estabelecido o contrato, envia um operário especializado para construir a estufa na propriedade do colono ou mesmo em terras arrendadas, financiando todos os instrumentos e insumos necessários. O financiamento da estufa (...), é pago pelo fumeiro com a produção, durante os cinco primeiros anos de cultivo.” Como explicita Veraluz Cravo no estudo “A lavoura de fumo em Irati”(1982, p 36 – 47). Desta maneira, o colono fica preso aos interesses da indústria do tabaco. “Este investimento, feito pelo colono com o trabalho de sua família, só terá sentido desde que ele não interrompa a cultura do fumo.” O agricultor não conta as despesas com diversos insumos que os mesmo gastam para a produção do fumo e que não são contabilizados na soma final do colono e nem os malefícios causados para a saúde do colono e de sua família. É o caso de Evaldo Gross, agricultor do município de Palmeira entrevista ao estudo “A lavoura de fumo de Irati” Atualmente, Evaldo trabalha para a indústria de fumos com dívidas. “Sempre trabalhamos com dívida. Lucro mesmo, não temos” afirma. O serviço é pesado e insalubre, mesmo assim apela-se, às vezes, ao trabalho infantil. “Você tem que envolver toda a família”, conta.

O plantio de fumo gera uma série de problemas para a saúde dos agricultores “A mão fica preta e gosmenta... no dia da colheita tenho que deixar o almoço pronto antes. Não da pra pegar em nada depois. A roupa fica tão

grudenta que vai tudo fora quando acaba a safra” afirma um agricultor do município de Irati, em entrevista a Veraluz Zicarelli (1982, p.74).

No ano de 2002, quando surgiu o Grupo da Uva, o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal IDHM de Mandirituba era muito baixo (0,760), o que o deixava na 126ª posição no ranking estadual, o site do projeto Caminhos da UFMS (<http://www.caminhos.ufms.br/>). De acordo com nossas pesquisas e conversas com o grupo, um dos fatores que contribuíam para esse baixo índice era o grande número de famílias que eram plantadoras de fumo e utilizavam ajuda de seus filhos, em grande parte crianças, para ajudar na lavoura. O trabalho na lavoura de fumo oferece sérios riscos à saúde, principalmente das crianças, o que levava a uma taxa de mortalidade infantil muito elevada. Além disso, muitas das crianças acabavam abandonando a escola para ajudar seus pais na lavoura de fumo.

Estes dados foram levados em consideração para que houvesse a mudança por alguns produtores de Mandirituba, da produção do fumo para a produção da uva.

CAPÍTULO 3

Projeto

Tendo decidido trabalhar com uma comunidade rural, o primeiro passo foi entrar em contato com a Sra. Ana Mirian de Araújo Kriek, funcionária da EMATER (Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural). Solicitamos a Sra. Ana Mirian o contato de algumas comunidades que tivessem o perfil procurado e que tivessem necessidades na área de comunicação. Prontamente Ana Miriam falou sobre a Associação dos Produtores de Uva de Mandirituba, também conhecido por Grupo da Uva, e passou o contato do seu atual presidente na época, Nesclar Restanho Júnior. Hoje Nesclar Restanho Júnior continua na Associação, mas não a preside mais.

Para a criação do projeto nos embasamos no livro Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada de Margarida Kunsch. No livro ela explicita que “são doze as etapas de um processo de planejamento em qualquer área ou situação” (2003, p. 218). Utilizamos assim, estas doze etapas para elaborar o nosso planejamento. No mesmo livro, Kunsch ressalta:

“Didaticamente, costumam se demonstrar formas lógicas e lineares para explicar as fases do processo de planejamento. Mas é importante lembrar que, na prática, isso não é tão fácil assim. A interdependência e as conexões entre estas fases não se dão de forma cronologicamente rígida. Decorrem, sim, de ações encadeadas e ordenadas, mas dentro de contextos que exigem flexibilidade e adaptações”. (KUNSCH, 2003, p.219)

Sendo assim, elaboramos o planejamento dividido nas etapas que se seguem, procurando seguir da melhor maneira possível as etapas propostas por Kunsch mesmo que, em certos momentos, adaptamos as propostas para a realidade do nosso projeto.

3.1 Identificação da Realidade Situacional

A primeira etapa do projeto, segundo Kunsch (2003, p.219) é a identificação da realidade situacional. “Pressupõe-se que já ocorreu uma decisão política para desencadear o processo e já há um certo conhecimento do objeto. Nesse sentido é preciso saber qual é a real situação.”

Nosso primeiro contato com a associação foi com Restanho Júnior por telefone, onde fomos convidados a participar de uma reunião do Grupo para que pudesse ficar um pouco mais claro qual é a função da associação e quais são os principais temas debatidos. Nessa reunião, analisamos que um dos maiores conflitos internos da Associação é a decisão a ser tomada em relação à mudança ou não para cooperativa, pois muitos acham que deveria mudar e outros apenas não querem mudar por não saber exatamente a diferença e por achar que “como está já está válido”, como disse um dos produtores na reunião mensal do grupo. Sendo assim, este esclarecimento aos produtores de uva de Mandirituba é o objeto para o qual está voltado o nosso planejamento.

Esta questão do esclarecimento das diferenças trata-se de uma necessidade vista por nós que a associação está enfrentando, já que se perde muito tempo com discussões, em praticamente todas as reuniões, sobre esta questão de mudar ou não, mas nada se é dito sobre as diferenças, vantagens e desvantagens de Associações e Cooperativas.

3.2 Levantamento de Informações, Análise dos Dados e Construção de um Diagnóstico

Segundo Kunsch (2003, p.219), “o levantamento de informações é um processo técnico e científico imprescindível para o planejador, pois ele fornecerá os dados que, devidamente analisados, levarão a construção de um diagnóstico correto da realidade que estará sendo objeto de um planejamento”.

Em nossa primeira reunião apresentamos nossa proposta de trabalho a todos os produtores ali presentes. Todos foram muito receptivos, aceitando nosso estudo sobre o Grupo. Acreditamos que nossa visita ao grupo foi essencial para o desenvolvimento do trabalho, pois, como explicita Célia Maria

Retz Godoy dos Santos (2000), “Uma das condições liminares para o exercício da profissão de Relações Públicas é, sem dúvida, conhecer e respeitar as opiniões de cada um, e em princípio, se conscientizar das responsabilidades sociais é conhecer a opinião do público com o qual está em contato”

Segundo a Resolução Normativa da CONFERP (2002), auditoria de opinião é a

Técnica específica de relações públicas que levanta informações buscando-se a manifestação de opiniões dos entrevistados de maneira informal e espontânea. Processo de comunicação e interação voltado para o levantamento de informações e identificação de opiniões, percepções e expectativas, a fim de obter, pela análise e interpretação das informações, o resultado qualitativo que determina o perfil organizacional. Essa análise oferece um diagnóstico preciso e o embasamento correto para a criação do planejamento estratégico de comunicação.

Por isso, foi nas reuniões que participamos que pudemos entender realmente os anseios dos produtores da uva da associação, pois nas reuniões do grupo, todos têm o direito de opinar sobre os assuntos em pauta da associação, assim como falar sobre suas vontades e expectativas em relação ao grupo.

Todas as entrevistas para coleta de dados foram feitas oralmente. Na entrevista realizada na reunião do grupo, no dia 18 de outubro de 2008, anotamos os principais pontos discutidos e as opiniões explicitadas pelos produtores. Nesta não foi permitida a gravação nem sua reprodução, já a entrevista realizada com Nesclar Restanho Júnior no dia 13 de abril de 2009 foi permitida a gravação e reprodução.

Margarida Kunsch defende o uso da comunicação dirigida para trabalhar com organizações populares, afirmando que:

Os tipos de comunicação dirigida comumente usados são a oral, a escrita, a audiovisual e a aproximativa. Quando se trabalha com organizações populares em que predomina o analfabetismo, será muito mais eficaz pensar-se numa comunicação oral e numa comunicação visual mais ilustrativa. Nesse caso, usar-se-iam muito a conversa pessoal informal, técnicas de diálogo, reuniões de discussão, a fita gravada, o alto-falante, a dramatização, o cartaz. O gravador portátil, com fitas-cassete, é um meio de comunicação participatória que oferece uma série de vantagens dos pontos de vista técnico e econômico. (1984)

Portanto, optamos por utilizar o método da comunicação oral na reunião do Grupo da Uva, fazendo então, entrevistas de maneira informal e oral com os produtores presentes na reunião para coletarmos os dados necessários para um maior aprofundamento nosso sobre as necessidades de comunicação vigentes no grupo. Participamos da reunião e logo após esta, conversamos com os produtores ali presentes sobre a associação, perguntamos sobre sua história e suas dificuldades atualmente. Percebemos que muitos vinham falar conosco quando estávamos sozinhos para defender seu ponto de vista em relação a associação ou cooperativa. Um dos produtores, na informalidade, nos confessou: “pra quê fingir que está tudo bem. Todo mundo aqui vende produto por baixo dos panos, além do que muitos já saíram da associação porque quiseram se legalizar. Vamos legalizar todo mundo.” Já outro, com opinião diversa, nos disse: “ Quem quer mudar só pensa em dinheiro, não quer ajudar os outros, só quer se ajudar.”

Entrevista com Nesclar Restanho Júnior

Nesclar Restanho Júnior é produtor de uva e foi líder da Associação dos Produtores de Uva de Mandirituba de 2004 a início de 2009. Hoje é um dos associados e, é em sua propriedade que estão os materiais ganhos do governo para fazer a produção do vinho, onde todos os produtores da associação possuem usufruto do maquinário. Ele é filho de Nesclar Restanho, fundador da Associação.

A partir da entrevista com Nesclar Restanho Júnior obtivemos um maior conhecimento sobre a história da Associação desde seu surgimento. Pudemos também nos aprofundar sobre os reais problemas da Associação.

Dessa maneira notamos, tanto na reunião do grupo quanto na entrevista com Restanho, que há um desejo de mudar de associação para cooperativa, mas não há um consenso, às vezes por falta de informação e conhecimento ou mesmo por nenhum dos associados querer tomar a iniciativa para a mudança.

Nas reuniões com o Grupo da Uva notamos diversos problemas do grupo relacionados à comunicação. O grupo tem uma série de divergências em definir qual é a sua finalidade e quais são seus objetivos. Outro exemplo

relacionado a comunicação é a discussão sobre a mudança ou não para cooperativa, onde cada produtor apenas se limita a dizer se quer ou não e não a debater sobre as vantagens e desvantagens de cada uma. Discussão essa que geraria um enriquecimento de informações para que cada um pudesse ter sua opinião com mais conhecimento e embasamento.

Os associados que dizem ser contra a mudança para cooperativa alegam que a mudança deixaria de favorecer os pequenos produtores, estes acham que a associação deveria continuar apoiando o pequeno produtor. Os produtores que querem mudar para cooperativa pretendem com isso regularizar a comercialização dos produtos feitos pela Associação.

3.3 Identificação dos Públicos Envolvidos

A próxima etapa é a identificação dos públicos envolvidos no projeto aqui desenvolvido.

“A quem se destina o que está sendo planejado? A identificação dos públicos que serão atingidos, como se caracterizam, quais suas reações etc., são questões-chave do planejamento.” (Kunsch, 2003, p. 219)

Nosso projeto se destina a todos os produtores da Associação dos Produtores de Uva de Mandirituba, ou seja, o público interno da associação. Estes serão atingidos de forma direta pelo projeto.

Notamos que é preciso muito cuidado na implantação do projeto, pois, como Nesclar mesmo explicitou, “o grupo é polêmico, tem um monte de problema, alguns agricultores querem comprar uva, produzir bastante, legalizar a venda e vender nos grandes mercados, outros acham que não, que não é essa a idéia, acham que a idéia é dar muda de graça pros agricultores carentes e vender por baixo do pano sem se incomodar com a fiscalização”.

Fela Moscovi (1998, p.145) cita que “as pessoas diferem entre si na maneira de perceber, pensar, sentir e agir. As diferenças individuais são, portanto, inevitáveis. (...) As diferenças entre as pessoas não podem ser consideradas inerentemente *boas* ou *más*. Algumas vezes, trazem benefícios ao grupo e ao indivíduo, outras vezes, trazem prejuízos, reduzindo-lhes a

eficiência.” Estas diferenças são essenciais para que o grupo consiga tirar delas o melhor proveito e crescer.

O Sebrae e a EMATER são considerados também públicos envolvidos, pois auxiliarão na implantação do projeto promovendo as palestras e esclarecendo as dúvidas que irão surgir nos produtores .

3.4 Determinação de Objetivos e Metas

“Outra fase fundamental para o planejamento é a determinação de objetivos. Objetivos são os resultados que pleiteamos alcançar (...) Metas são objetivos designados para serem atingidos durante o período para qual se planeja. ” (Kunsch, 2003, p.219)

Dar acesso aos produtores em relação às diferenças, vantagens e desvantagens entre associação e cooperativa, mostrando que é possível ser uma cooperativa e continuar ajudando aos produtores mais carentes economicamente com a plantação, colheita e transformação, além do processo de transformação da uva em vinho e incentivá-los à mudança para cooperativa são nossos objetivos.

Todo este processo de conscientização e de incentivo será realizado dentro do primeiro semestre de 2010.

3.5 Adoção de Estratégias, Previsão de Formas Alternativas, Estabelecimento de Ações Necessárias e Definição de Recursos a Serem Alocados

“Por estratégia entende-se uma linha-mestra, ou seja, um guia de orientação para as ações. É a melhor forma encontrada para conseguir realizar os objetivos. Uma vez definidas as ações necessárias é preciso fazer a definição de recursos a serem alocados para a realização das ações sugeridas.” (Kunsch, 2003, p.221).

Com a ajuda administrativa do SEBRAE, com a ajuda sobre plantio e cultivo da EMATER e com votação por parte dos associados, é possível

destinar a porcentagem certa em dinheiro para ajudar os produtores carentes e conseguir legalizar os produtos oriundos da uva já fabricados.

O primeiro passo será a elaboração de um manual explicativo para todos os produtores com as diferenças entre cooperativa e associação, vantagens e desvantagens de cada uma. Este material poderá ser fornecido pelo Sebrae, que possui as informações necessárias para elaboração deste manual.

O segundo passo será pedir para o Sebrae, que já possui uma pessoa que acompanha todas as reuniões do grupo, mas que não interfere nestas, organizar uma palestra para explicar o conteúdo do manual, tirando as dúvidas surgidas nos associados, frisando que pode haver uma mudança para cooperativa sem deixar de ajudar os carentes, pois notamos que este é um dos medos de alguns produtores. Esta palestra será apresentada na reunião mensal organizada pela associação e, se preciso, pediremos ao Sebrae que encaminhe mais uma pessoa para dar a palestra, já que este dispõe seus profissionais sem custo para a associação. Nesta palestra também será esclarecido a importância de se comercializar produtos dentro dos trâmites legais. Após a palestra será destinado um tempo para as perguntas dos produtores.

O passo após a palestra será aplicar uma pesquisa de opinião qualitativa para descobrir quais são os interesses pessoais e coletivos de cada agricultor. Para isso, será feito um questionário com perguntas padrão para todos os envolvidos no grupo que será aplicado oralmente e gravada. Esta ajudará a descobrir quais são as necessidades emergenciais de cada e o que eles pensam que seria melhor para o grupo.

Em quarto, esta pesquisa servirá para que o Sebrae possa decidir, junto com a associação e conselhos da EMATER, que verba deverá ser destinada aos produtores ainda carentes economicamente e quanto deverá ser destinado no investimento do início da cooperativa, além da divisão de verbas arrecadada pela cooperativa. Assim poderá se ter uma noção melhor do que mudaria com a cooperativa.

Após o levantamento do resultado da pesquisa, virá o quinto passo, que será através de uma reunião com os associados, para mostrar a pesquisa e a análise desta e, também, explicar a possibilidade de legalizar a produção do

vinho dos que já produzem e ajudar a quem precisa e tem dificuldades financeiras. Será mostrada a porcentagem financeira da associação que é necessário para cada um, para que a decisão seja justa. Em seguida, haverá uma votação, já com todos cientes das diferenças, vantagens e desvantagens, para decidir se a associação continuará como está ou se tornará cooperativa. Encerrada a votação, todos terão como ação pensar sobre os objetivos da escolhida democraticamente.

Na próxima reunião do grupo será definido os objetivos claramente do grupo, auxiliado pelo Sebrae, porém elaborado pelos produtores.

O maquinário da associação necessário para o processo da transformação da uva em vinho já existe e está na propriedade de Nesclar Restanho Júnior para usufruto de todos. Ou seja, não seria necessário gastar ainda mais dinheiro com maquinário, apenas com a legalização.

Em todo este processo o Sebrae e a EMATER ajudarão e auxiliarão, já que o Sebrae é o órgão administrativo que ajuda a associação desde seu início e a EMATER o órgão que auxilia nas questões de plantio.

3.7 Técnica de Controle

“Antes de se por em prática o planejamento montado, ainda é preciso fixar técnicas de controle que permitem verificar e corrigir possíveis desvios em tempo hábil.” (Kunsch, 2003, p. 221)

Para fins de controle, elaboramos o cronograma para ser acompanhado pela liderança da associação juntamente com o Sebrae. O cronograma está dividido entre ações e os meses do primeiro semestre de 2010. O cronograma leva em conta o pedido dos produtores de marcar reuniões com pelo menos dois meses de antecedência.

Ações	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
Elaboração do Manual com ajuda do Sebrae	x	x				
Organização da reunião explicativa e	x	x				

agendamento de data com a Associação						
Reunião Explicativa com o Grupo			x			
Debate sobre dúvidas surgidas durante a reunião			x			
Aplicação da Pesquisa Qualitativa			x			
Agendamento de uma nova reunião para divulgação dos dados da pesquisa			x			
Compilação dos dados da pesquisa feita pela associação, Sebrae e EMATER			x	x		
Organização e análise dos dados, definindo alocação de verbas				x	x	
Agendamento de reunião para definição dos objetivos após a eleição						
Reunião com o Grupo para divulgação da pesquisa e dados					x	
Avaliação dos dados obtidos					x	
Votação entre todos os produtores para definição de mudança ou não					x	
Definição clara dos objetivos, tanto se for associação ou se for cooperativa						x

3.8 Avaliação dos Resultados

“A avaliação fecha o conjunto das principais etapas do planejamento. Embora seja colocada como a última das fases ela deve acompanhar todo o processo de planejamento. Por meio da avaliação é possível comparar os resultados obtidos com o que foi planejado e organizado, a partir de parâmetros e indicadores previamente estabelecidos.” (Kunsch, 2003, p.221).

Nossa avaliação será feita durante todo o processo em que o planejamento será executado. Muitas das ações são dependentes de avaliações de ações anteriores.

A avaliação final do projeto consistirá em analisar a importância do esclarecimento de questões em pauta, no caso, na associação. Será analisado o clima posterior ao planejamento e comparado ao clima anterior, onde não se havia todos esclarecimentos necessários.

CONCLUSÃO

Nosso interesse primeiro neste trabalho foi o de colaborar com uma associação e trabalhar com as relações públicas comunitárias. Logo que conhecemos a Associação de Produtores de Uva por intermédio do órgão EMATER e fomos convidados a participar das reuniões, percebemos os conflitos pessoais e percebemos que poderíamos desenvolver um trabalho de relações públicas e, como cita Peruzzo (1993, p.2) isto é “apostar na transformação social”.

Buscamos analisar a Associação dos Produtores de Uva a partir da visão das relações públicas, mais especificamente, das relações públicas comunitárias utilizando teorias e técnicas desta. Para isto, nos utilizamos da comunicação oral dirigida.

O conflito inerente a todos os assuntos debatidos na reunião era o de que muitos queriam legalizar a comercialização dos produtos oriundos da uva plantadas por eles e outros queriam apenas deixar a associação assim como está: apenas ajudando os mais necessitados com novas mudas e auxiliando a todos trazendo palestras mais técnicas sobre plantio, cultivo e aproveitamento com o apoio da EMATER e com palestras sobre administração com o Sebrae.

Como já citamos, os conflitos são inerentes às relações interpessoais. Por intermédio destes e, ouvindo, no caso, os associados, podemos tirar o proveito aí da evolução que podia ser feita. Nossas entrevistas foram todas feitas oralmente e já justificadas anteriormente, por se tratar de um grupo rural que possui algumas pessoas carentes financeiramente.

O grupo, que existe desde 2002 e conta com 33 produtores, já ajudou bastante produtores da região de Mandirituba dando novas mudas para serem plantadas e alguns destes associados já saíram do grupo por achar que não precisavam mais da ajuda, por achar que, como disse Nesclar Restanho Júnior em entrevista a nós, já podiam “andar com as próprias pernas” e criaram o seu comércio.

A partir deste levantamento de dados, percebemos que a associação precisa de informações sobre possíveis mudanças que são vistas como necessárias por alguns dos associados, ou seja, deixar de ser uma associação

e se transformar em uma cooperativa, já que a primeira não pode ter fins lucrativos e a segunda tem este fim. Alguns daqueles que não querem a princípio esta mudança, não sabem que a cooperativa também pode auxiliá-los com a compra de novas mudas e, ao mesmo tempo, fazer o investimento para a produção.

As reuniões do grupo, em sua maioria, acabam com esta discussão da mudança, como nos foi relatado por alguns integrantes. Percebemos também que nas conversas informais o principal tema é a mudança, mas não há o esclarecimento de como pode ser e do que irá acontecer, por isso desenvolvemos o projeto para auxiliá-los nesta nova etapa. O projeto tem como objetivo deixar claro a todos o que acontecerá e como será, divulgando as informações e analisando, junto com os produtores, o melhor jeito de beneficiar a todos, um trabalho de relações públicas visando o bem coletivo, onde foi feito a coleta de dados, a análise dos dados e a criação do planejamento com seus objetivos, metas e avaliações.

O projeto de relações públicas será, resumidamente, auxiliar os associados do grupo da uva com informações a respeito, divulgando o decidido entre eles e fazendo a comunicação entre todos.

Notamos com este trabalho que para se trabalhar com a área rural é preciso saber usar a linguagem usada por eles, entendemos que isto se estende ao universo onde formos trabalhar futuramente, levando, assim, como um aprendizado que tivemos na prática. É preciso passar a mensagem da forma mais clara para quem a recebe, pensando sempre em como o receptor receberá de melhor forma a mensagem. No caso do nosso trabalho com a associação, foi preciso falar sem usar termos técnicos da profissão ou mesmo uma linguagem mais formal. Sempre que nos dirigimos aos produtores, procuramos entender a forma do diálogo e gerar empatia.

Notamos também que para que eles dessem valor ao que falávamos, precisamos desenvolver um relacionamento mais informal e não o profissional formal usado nas empresas ou mesmo algumas vezes no meio acadêmico. Foi necessário criar uma relação interpessoal mais amistosa do que a vista em outros tipos de organizações.

Foi preciso também mostrar e deixar claro que não iríamos lucrar financeiramente e que sabíamos falar do jeito que eles queriam para que a Associação dos Produtores de Uva de Mandirituba aceitasse a nossa ajuda e nos deixasse participar da reunião. Desde o início deixamos claro que era apenas um trabalho acadêmico e que, nos deixar realizar as pesquisas e o planejamento, beneficiaria também o grupo.

Neste trabalho ficou claro a nós que a falta de comunicação pode atrasar muito a evolução de uma organização. É preciso uma comunicação de mão dupla entre o público interno, assim como se faz necessário a presença de um profissional de relações públicas para detectar os problemas de comunicação e propor soluções.

BIBLIOGRAFIA

BRASIL. Novo código Civil Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 publicado no Diário Oficial da União CAPÍTULO II DAS ASSOCIAÇÕES Art. 53 Disponível em: <http://www.interlegis.gov.br/processo_legislativo/20040204124657/document.2008-07-01.7521096326/>. Acesso em 05 de maio de 2009.

BREGUÊZ, Sebastião. Jornal Brasileiro das Relações Públicas (1999). Disponível em: <http://www.sinprorp.org.br/Noticias_das_Assessorias/2003/Jornal_das_Relacoes_Publicas/jornal12-99.htm>. Acesso em 27 de janeiro de 2009.

CARDOSO, Univaldo Coelho. “Fascículos da CULTURA DA COOPERAÇÃO – Associações”, Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br/culturadacooperacao/associacoes/02.htm>> . Acesso em 17 de Junho de 2009

CARVALHAL, Márcia. CHAMUSCA, Marcello. Relações Públicas no Contexto da Cidadania. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação, 2007, Santos. Disponível em: < <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/cidadania/0314.pdf>>. Acesso em 10 de março de 2009.

CRAVO, Veraluz Zicarelli. “A lavoura de fumo em Irati – A produção familiar e capitalismo” Irati PR, Editora Litero técnica, 1982.

DAMANTE, N. e NASSAR, P. (1999). Gerando Comunicação Excelente. In: Portal de Relações Públicas e Transmarketing. Disponível em:<<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/teoriaseconceitos/0082.htm>> . Acesso em 02 de abril de 2009.

DINIZ Arthur. “Missão, Visão e Valores, o tripé básico para o sucesso”. Disponível em: <http://www.crescimentum.com.br/home/downloads/pdf/missao_vida/missao_vencer.pdf>. Acesso em 02 de abril de 2009.

ESCUADERO, Regina Célia. "Relações Públicas Comunitárias". Revista *Comunicação & Sociedade*. S. Bernardo do Campo - SP, Instituto Metodista de Ensino Superior, Novembro de 1987. N 15, p. 145-163

ESCUADERO, Regina Célia. “As Relações Públicas frente ao desenvolvimento comunitário.” Disponível em: <<http://www.sinprorp.org.br/Clipping/2004/318.htm>> . Acesso em 10 de março de 2009.

ESCUADERO, Regina Célia. *Relações públicas comunitárias: uma exigência da sociedade civil brasileira*. São Bernardo do Campo: Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Instituto Metodista de Ensino Superior, 1991.

ESTADO DO PARANÁ, Agência de Notícias. Escola da Uva e do Vinho é inaugurada em Colombo. 2008. Disponível em: <http://www.aenoticias.pr.gov.br/modules/news/article.php?storyid=37206> . Acesso em 01 de outubro de 2009.

FURLAN, Nájia. “Fumicultor reclama da falta de opção”. Site Paraná Online. Disponível em: <<http://www.parana-online.com.br/editoria/cidades/news/118735/>>. Acesso em 17 de abril de 2009.

História das Relações Públicas: Fragmentos da memória de uma área [Recurso Eletrônico] / Cláudia Peixoto de Moura (Org.) – Porto Alegre : EDIPUCRS, 2008. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/livros/historiarp.pdf>>. Acesso em: 07 de março de 2009.

JOÃO PAULO II. *Pronunciamentos do Papa no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1980. p. 184.

JORGE, Miguel. "Ética da Imprensa, Ética da Empresa". Disponível em: < <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/cidadania/0106.htm>>. Acesso em 27 de janeiro de 2009.

JÚNIOR, Nesclar Restanho. Entrevista Concedida pelo Ex-presidente Associação dos Produtores de Uva. Mandirituba, 13 de abril. 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. "Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo. Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. "Relações Públicas e Modernidade: Novos Paradigmas na Comunicação Organizacional". São Paulo. Summus, 1997.

KUNSCH, Margarida M. K. "Relações Públicas Comunitárias: um Desafio". *Revista Comunicação & Sociedade*. S. Bernardo do Campo - SP, IMS, junho de 1984. N 11, p, 131-150.

KUNSCH, Waldemar Luiz. (Org.) ; KUNSCH, Margarida Krohling (Org.). "Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora". São Paulo: Summus Editorial, 2007. v. 1.

MARCHIORI, Marlene. "Comunicação Estratégica e Relações Públicas na área Rural". Disponível em: <http://www.portaldoagronegocio.com.br/conteudo.php?id=12709>. Acesso em 05 de dezembro de 2008.

MESTIERI, Carlos Eduardo. " História e Desafios das Relações Públicas no Brasil. Disponível em: <http://www.portal->

rp.com.br/bibliotecavirtual/memoria/0179.htm. Acesso em 10 de março de 2009.

MEZA, Eduardo Ramirez. Relatório gerado a partir do banco de dados informatizado congregando informações da *Matriz Intersetorial de Enfrentamento da Exploração Sexual Comercial de Crianças e Adolescentes* (elaborada pelo VIOLES/SER/UnB), do *Censo Demográfico 2000 (IBGE)* e do *Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (PNUD / IPEA / FJP)*. Disponível em <<http://www.caminhos.ufms.br/matrizdados/pr/mandirituba.html>>. Acesso em 17 de junho de 2009.

MOSCOVI, Fela. “Desenvolvimento interpessoal: treinamento em grupo”. 1Ed. José Olympio, 1998. 8ª edição.

PAUTA SJP, Banco de notícias e imagens de São José dos Pinhais. 30 de julho de 2008. Disponível em: http://www.pautasjp.com/index.php?pagina=atualidades_noticias&id=194. Acesso em 02 de outubro de 2009.

PERUZZO, Cicilia M. K. “Relações públicas no modo de produção capitalista”. S. Paulo, Summus Editorial, 1988. 3ª edição.

PERUZZO, Cicilia M. K. "Relações Públicas nos Movimentos Populares". *Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo, INTERCOM, 1989. N 60, p. 107-112.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. “Relações públicas, movimentos populares e transformação social”. *Boletim Intercom*. São Paulo: Intercom, jul./dez.1993, v.XVI, n.2,

REVISTA DO DEPARTAMENTO DE ESTUDO SÓCIO-ECONÔMICO RURAIS. A fumicultura no Brasil e a Convenção-Quadro para Controle do

Tabaco. Disponível em: <http://www.deser.org.br/>. Acesso em 17 de junho de 2009.

REVISTA DO DEPARTAMENTO DE ESTUDO SÓCIO-ECONÔMICO RURAIS. ano V. nº 5. Julho de 2005 p. 48. Disponível em: <http://www.deser.org.br/>. Acesso em 17 de junho de 2009.

REVISTA DO DEPARTAMENTO DE ESTUDO SÓCIO-ECONÔMICO RURAIS. A fumicultura no Brasil e a Convenção-Quadro para Controle do Tabaco. Disponível em: <http://www.deser.org.br/>. Acesso em 17 de junho de 2009.

SEBRAE. “Associação, o que é”. Sebrae MG. Disponível em: <http://www.sebraemg.com.br/culturadacooperacao/associacoes/02.htm>. Acesso em: 08 de outubro de 2008.

SEBRAE. “Diferenças entre associações e cooperativas”. Sebrae MG. Disponível em: <http://www.sebraemg.com.br/culturadacooperacao/associacoes/02.htm>. Acesso em: 08 de outubro de 2008.

SETEP Assessoria de Imprensa – Aen Agência Estadual de Notícias do Estado do Paraná. Disponível em: <http://www.aenoticias.pr.gov.br/modules/news/article.php?storyid=10770>. Acesso em 17 de junho de 2009.

UVA, Grupo da. Entrevista Concedida na Reunião do Grupo da Uva. Mandirituba, 18 de outubro. 2008.

ZANELLA, Viviane. Produtos derivados de uva para incremento de renda Portal EMBRAPA disponível em: <http://hotsites.sct.embrapa.br/prosarural/programacao/2008/produtos-derivados-da-uva-para-incremento-de-renda-1>. Acesso em 02 de junho de 2009.

ANEXOS

Anexo 01

Reportagem do Observatório Regional Base de Indicadores de Sustentabilidade (Orbis)

Produsa ajuda produtores de vinho em Mandirituba

09.04.2005

O Grupo da Uva, como é chamada a associação de 20 produtores da região de Mandirituba, recebeu no começo deste ano, da Secretaria Estadual do Trabalho, Emprego e Promoção Social, os equipamentos para a produção de vinho artesanal. A doação foi através do programa Produção Solidária de Alimentos - Produsa, que no Paraná está inserido no Programa Economia Solidária.

O grupo começou a reunir os primeiros agricultores no ano de 2001, organizados por Nesclar Restanho, que apreciava a produção de vinho e incentivava famílias da região a parar de produzir fumo, que era a principal atividade econômica da região. "Como as famílias estavam parando de plantar fumo não poderiam ficar sem nenhuma renda.

O incentivo na produção do vinho artesanal fortalece o ideal do cultivo da uva" afirma o Secretário do Trabalho, Emprego e Promoção Social, padre Roque Zimmermann. O Produsa é um programa do governo estadual que cede equipamentos em comodato por dez anos para cada grupo beneficiário. Depois desse tempo, os equipamentos passam a pertencer aos grupos, que nesse período já deve estar se desenvolvendo por conta própria.

Roque Zimmermann diz ainda que a verba destinada para o programa em 2004 foi de R\$ 800 mil e atendeu 112 projetos. Segundo o secretário, "todo o dinheiro do ano foi muito bem aplicado em projetos que estão se desenvolvendo e melhorando a vida de diversos pequenos produtores" fala padre Roque, referindo-se a agricultores como os do Grupo da Uva. "O sucesso desse e de outros projetos apoiados pelo Produsa é que alavanca recursos para desenvolvimento de mais projetos para este ano cujo orçamento para 2005 ainda está sendo negociado" garante ele.

No Grupo da Uva, a safra de 2004 rendeu 2.500 litros de vinho, sendo que de toda a produção de uvas, 4% é utilizada para fazer suco concentrado. Com os novos equipamentos doados, a capacidade para a moagem pode chegar a 4.500 litros/hora". Fundação do Grupo Os produtores da região da Lagoa dos Ferreiras, no município de Mandirituba, começaram a plantar uva incentivados pelo agricultor Nesclar Restanho, que não só gostava dessa cultura mas também condenava a produção de fumo como economia das famílias das redondezas. "Esse veneno mata, olha essas crianças se contaminando com isso. Famílias inteiras ficam expostas à essa contaminação" repetem os agricultores que ouviram Nesclar protestando contra a produção de fumo.

Nesclar faleceu há 6 meses e quem dá continuidade ao projeto é o filho, Nesclar Restanho Júnior, responsável pelo processo de produção do vinho artesanal do Grupo da Uva. Segundo ele, "esse propósito do Produsa, de ser solidário e cooperativo, existe com muita força na nossa comunidade. Somos como uma grande família em que todos se ajudam e não se vêem como inimigos". Nesclar Jr. passou 8 anos na Argentina lidando com a produção de vinho. Ele é formado em agronomia pela Universidade Federal do Paraná - UFPR e fez especialização em fermentação na Embrapa. O agricultor diz que está sempre pensando em melhorar a qualidade do que produz. Cria técnicas de aperfeiçoamento dos equipamentos adaptando os que já existem para essa produção. "Por exemplo, eu sei o que um equipamento precisa para ser mais eficiente, então o que eu faço é adaptar ele para que fique compatível com essa necessidade.

É assim que atingimos uma maior qualidade no nosso produto" explica Nesclar. "Quando temos recursos, nossa mente se acomoda. Quando não temos, tentamos sempre descobrir novas técnicas e métodos de melhorar o que temos em mãos para produzir" completa. Além da produção de vinho do Grupo da Uva, Nesclar produz, nos dois hectares da sua propriedade, produtos que serão transformados e vendidos para a vizinhança. "Nenhum produto sai aqui da chácara sem ser processado ou transformado. Cada 1,00 de produto in natura, transformado ele chega a valer 3,00" explica. Com o slogan "Produto Artesanal. Produto Social" a produção vai de temperos completos, molho de pimenta,

pepinos em conserva e molho de tomate à figo em conserva, geléias e sucos concentrados.

São 75 tipos diferentes de produtos preparados artesanalmente pela própria família. ECONOMIA SOLIDÁRIA Quem está no perfil do programa. O Programa tem a intenção de proporcionar geração de emprego e renda através do fortalecimento de associações, cooperativas populares, rede de cooperação, entre outros. Através de apoio à essas entidades, o governo do estado promove a inclusão social e a auto-subsistência das comunidades atendidas pela Economia Solidária. Como participar? Os grupos interessados em organizar-se como cooperativas populares, associações de produção ou outra forma de empreendimento com proposta de desenvolvimento solidário devem procurar as Agências ou Postos do Trabalhador de cada município, ou mesmo o Conselho Municipal do Trabalho, que são os responsáveis pelo encaminhamento do pedido de inclusão no Programa. Lá, os interessados encontrarão mais informações sobre como proceder.

Anexo 02

Imagem de alguns dos produtores da uva no dia em que receberam a doação por meio do Programa Produsa (Produção Solidária de Alimentos) equipamentos para a produção de vinho artesanal.



Anexo 03

Reportagem extraída do site Agência de Notícias do Estado do Paraná

Escola da Uva e do Vinho é inaugurada em Colombo

29/04/2008 19:10:00

O secretário da Agricultura, Valter Bianchini, e o chefe-geral da Embrapa Floresta, Moacir Medrado, inauguraram nesta terça-feira (29) em Colombo, Região Metropolitana de Curitiba, a Escola da Uva e do Vinho. A expectativa é que a escola se torne pólo irradiador e difusor de tecnologia como ocorreu em Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul.

A escola deverá atender 1.600 produtores rurais até 2010. Eles terão capacitação e treinamento em tecnologia com novas variedades de uvas rústica e finas, que vão contribuir na qualidade dos produtos transformados como sucos, vinhos e geléias.

De acordo com o secretário Valter Bianchini, o clima paranaense é mais favorável ao cultivo de uva rústica, mas com a pesquisa da Embrapa Uva e Vinho espera-se chegar a novas variedades mais adequadas para a produção do produzido no Paraná.

“Com capacitação de técnicos, treinamento para os produtores e com a melhoria na qualidade das uvas, daremos um salto em termos de qualidade e produção. Estamos dando condições para que os produtores consigam aumentar a produtividade e como trabalhar as boas práticas que devem ser adotadas nas cantinas para que tenham o reconhecimento dos consumidores”, destacou Bianchini.

A Escola da Uva e do Vinho foi criada graças a uma parceria entre o governo do Paraná e o governo federal, com investimentos de R\$ 1 milhão. É fruto de uma parceria entre a Secretaria da Agricultura e do Abastecimento, o Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater-PR), a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), Ministério da Agricultura e prefeituras municipais.

Como incentivo à diversificação da produção, o cultivo ocupa uma área de 3.500 hectares no Estado e a meta é avançar para 4.700 hectares até 2010.

Com a criação da escola, espera-se ampliar a área plantada em todo o Estado, principalmente na região metropolitana, para atender os cerca de 150 a 200 cantineiros existentes na região, que recorrem a uva do Rio Grande do Sul para transformá-la em vinho.

Além do incentivo ao aumento de área, a Secretaria da Agricultura quer aproveitar a transferência de tecnologia da Embrapa para incentivar o aumento de produtividade da uva em pelo menos 50%. O rendimento médio da produção de uva no Paraná é de 8.200 quilos por hectare e a meta é avançar para 12 mil quilos por hectare.

Para se ter uma idéia, o município de Mandirituba, na região metropolitana de Curitiba, está despontando como fabricante de vinho artesanal de excelente qualidade. A associação de produtores de vinho do município, com 33 associados, produz em média 70 mil litros de vinho por ano. Segundo o presidente da Associação, Nesclar Restanho Júnior, a escola poderá ajudar no treinamento dos agricultores e nas análises dos produtos, que hoje são enviadas até para a Argentina.

A expectativa do chefe-geral da Embrapa Floresta, Moacir Medrado, é que com esta escola o Paraná venha a se tornar um pólo na produção e qualidade do vinho. “Estamos disponibilizando espaço e técnicas para o desenvolvimento da produção. Com nossos parceiros dos Governos Federal e Estadual, estamos propondo com este projeto mais uma alternativa de renda para os produtores paranaenses. A Embrapa Floresta cumpre o seu papel, contribuindo para que a economia do Estado se torne mais forte. Queremos fazer do Paraná um novo pólo forte de vinícula na região Sul do país”, destacou Medrado.

A Escola tem uma estrutura de 252 metros quadrados de área construída que inclui cantina, laboratório para elaboração de produtos derivados da uva (vinhos, sucos, vinagres, geléias e graspa), possui três salas de aula para 30 alunos cada, computadores conectados a Internet de alta velocidade e alojamento para 32 pessoas, com cozinha e instalações adaptadas para portadores de necessidades especiais.

As atividades previstas para 2008/09 iniciam-se nos próximos dias, com treinamentos para técnicos e agricultores, desde manejo da cultura de uva – poda e tratamento de inverno: manejo integrado de pragas e doenças na uva, processo de vinificação e subprodutos da uva.

Anexo 04

Reportagem extraída do site pautasjp.com.

Primeiro Encontro de Produção de Vinhos na Pequena Propriedade

O Evento é uma promoção e realização do Governo do Paraná, com a Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento (SEAB) e Associação Caminho do Vinho – Colônia Mergulhão (ACAVIM).

Com o mote – “Produção do Vinho Colonial na Pequena Propriedade da Região Metropolitana de Curitiba – desafios e oportunidades”, este Encontro é uma promoção e realização do Governo do Paraná, com a Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento (SEAB) e Associação Caminho do Vinho – Colônia Mergulhão (ACAVIM). Tem o patrocínio do Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA, da FETAEP/SENAR/Sindicato dos Trabalhadores Rurais de São José dos Pinhais e da Associação Comercial, Industrial, Agrícola e de Prestação de Serviço de São José dos Pinhais (ACIAP).

O Encontro realizar-se-á no dia 30 de julho de 2008, com abertura oficial prevista para as 9h00 e término para as 17h00, na Comunidade Rural da Colônia Mergulhão, no Sítio Roda D’água, em São José dos Pinhais, por ali existir a rota de turismo rural Caminho do Vinho. O objetivo é propiciar meios e instrumentos que possam organizar e fortalecer a Cadeia Produtiva da Uva Rústica no Paraná, além de discutir as oportunidades e os desafios da produção de vinho colonial na pequena propriedade.

O evento pretende reunir 120 produtores de Vinho Colonial da Região Centro-Sul do Paraná distribuídos em 14 municípios (Almirante Tamandaré, Rio Branco do Sul, Colombo, Campina Grande do Sul, Campo Magro, Quatro Barras, Piraquara, São José dos Pinhais, Araucária, Mandirituba, Campo Largo, Balsa Nova, e Irati), além de 32 técnicos que atuam na cadeia produtiva da uva e seus derivados. A taxa de inscrição será de 01 kg de alimento não perecível, a ser doado à Associação Padre João Ceconelo, do Município de São José dos Pinhais, no final do dia do Evento.

A realização do Encontro foi determinada pelo fato da Uva Rústica destinada ao consumo “in natura” e à produção de suco e vinho colonial ter sido cultivada em pequenas áreas, desde os anos 40, para consumo nas propriedades e atendimento à demanda das comunidades locais. Entretanto, nos últimos anos, o incremento da área plantada e a renovação de vinhedos têm se dado com propósitos comerciais, com vistas à transformação da uva em negócio, buscando-se competir no mercado não só regional, no estado, mas também no mercado nacional. Com o advento do Turismo Rural a atividade antes incipiente e artesanal, passou a ganhar volume e o vinho tornou-se uma atividade lucrativa com geração de emprego e dividendos econômicos para os agricultores familiares, os quais carecem de conhecimento e adoção de novas tecnologias de produção, buscando cada vez mais a qualidade do vinho artesanal e expandir o mercado de comercialização.

Além dos participantes do Encontro convidamos para a Cerimônia de abertura Prefeito Municipal de SJP e seu secretariado, o Delegado do Ministério do desenvolvimento Agrário (MDA/PR), o Secretário Estadual da Agricultura e Abastecimento, o Diretor Presidente do Instituto EMATER, o seu Diretor Técnico, o Representante do Ministério da Agricultura no PR, o Representante da Escola do Vinho da EMBRAPA/PR, os Presidentes da FETAEP, da FAEP, do SENAR, do Sindicato dos Trabalhadores Rurais e Sindicato Rural de São José dos Pinhais, o Articulador Nacional da Rede de Turismo Rural na Agricultura Familiar - TRAF, o Presidente da ACIAP-SJP, os Prefeitos e Secretários dos municípios convidados acima, entre outros.

Anexo 05

Entrevista com Nesclar Restanho Jr. Realizada dia 13 de abril de 2009.

Nesclar Restanho Júnior é produtor de uva e foi líder da Associação dos Produtores de Uva de Mandirituba de 2004 a início de 2009. Hoje é um dos associados e, é em sua propriedade que estão os materiais ganhos do governo para fazer a produção do vinho, onde todos os produtores da associação possuem usufruto do maquinário. Ele é filho de Nesclar Restanho, fundador da Associação.

Como começou o envolvimento com a uva e os produtos derivados dela?

Nesclar Restanho Júnior: Aqui foi a primeira propriedade da região que plantou uva, existiam outras tentativas, mas frustradas, então aqui foi a primeira propriedade que plantou uva e pesquisou uva adaptada, adubação adequada e condição adequada e realmente produziu uva. Essa propriedade foi a pioneira em produção de uva e em processamento de uva. Aqui no município não tinha ninguém que fazia produtos de uva.

Como foi a passagem do plantio de fumo para o plantio da uva?

Restanho: Na ocasião, meu pai era presidente do conselho de desenvolvimento do município e, historicamente, aqui a nossa comunidade era uma comunidade muito pobre, tinha um IDH muito baixotinha, muita morte, por exemplo, de criança até um ano de vida, muito mais até os três anos de vida e meu pai achava que tinha que achar alternativas de renda. Todo mundo aqui plantava fumo, então começou dois projetos básico: O projeto de uva mais ou menos em agosto de 2002, que foi as negociações para montar a associação dos produtores de uva e, paralelo a isso, começou um movimento de avicultura. O movimento de avicultura hoje está muito forte. Aqui nessa região o projeto de uva está a todo vapor.

Você pode falar um pouco sobre a Associação dos Produtores de Uva de Mandirituba?

Nesclar: O projeto de uva começou em agosto de 2002 com oito produtores, então foi montado uma associação que não era nem associação, era um grupo de amigos que queriam plantar uva, então eles começaram a plantar uva porque eles queriam provar que não era só o fumo que dava lucro e que outras atividades aqui também podiam dar lucro. Nós começamos plantando uva de mesa e principalmente para vinho e foi implantado pomar em oito propriedades. Quando essas uvas começaram a produzir, todo mundo: “nossa, aqui produz uva” então todo mundo que começou. Sabe quando você só acredita vendo? Depois que esses oito produtores começaram a produzir, aí todo mundo queria. A prefeitura queria apoiar o projeto, a EMATER queria apoiar o projeto, outros órgãos do governo, algumas ONG’S, bastante gente queria. Nós começamos a receber um monte de visitas, por exemplo, teve um pessoal aqui em 2006 de São Bento do Sul. Eles fizeram uma excursão para estudar e, depois, implantaram um projeto parecido em São Bento. Assim aconteceu em Campo Largo, em Araucária, assim aconteceu em Tijucas do Sul, em Agudos do sul, em São Bento, em Campo Alegre, Bateias. Muitos projetos foram implantados baseados nesse daqui. E esse agrônomo de São Bento é esse aqui (apontando um jornal de Mandirituba de 2006), este é o secretário da agricultura, um produtor de São Bento, esse é um produtor daqui e eu. E isso em janeiro de 2006. Então esse projeto daqui foi muito bem visto. Como o projeto deu certo, nós recebemos uma proposta de um órgão do governo através de um cara que era daqui de Mandirituba, ele fez uma aquisição de equipamentos para o grupo da uva, fundo perdido que se chamava Paraná doze meses. Esse era um programa do governo do estado que, dependendo do tipo de projeto, ele dava uma pequena ajuda. Então esse projeto ganhou a ajuda do projeto Paraná doze meses

A gente foi crescendo, teve bastantes produtores. E muitos produtores que hoje produzem com muito sucesso, não estão mais no grupo porque daí já caminham com as próprias pernas, tem comércio, tem tudo.

A associação foi registrada e hoje tem 33 produtores. Agora a associação tem registro e tem tudo. Por exemplo, aquele produtor que começou em 2002 com 200 mudas depois plantou mais 300 e depois mais 300, hoje todos tem 100 mil e poucos pés de uva e todos estão produzindo. Nós queríamos montar uma sede, a gente buscou

recursos e nós tínhamos duas opções, ou montávamos uma associação, a casa do produtor rural que era uma idéia ótima, mas não vingou, ou montávamos uma indústria de vinho. Hoje todos os agricultores produzem artesanalmente, mas ninguém tem o registro legal, então a lei não permite mais que eu ou fulano façamos um produto de uso alimentar sem ter registro no ministério da agricultura. Se fosse uma comida era no ministério da saúde. Nós estamos regulamentando agora, foi levantado um monte de discussão, o grupo é bem polêmico, tem um monte de problema. Alguns agricultores querem comprar uva, produzir bastante, legalizar e vender nos mercados, outros não, não é essa idéia, vamos dar muda de graça pros agricultores carentes e vender por baixo do pano sem se incomodar com a fiscalização. Então tem muito atrito.

Eu, particularmente, há muito tempo queria mudar para cooperativa. Então veja bem, produzir o cacho da uva não é difícil, agora se eu pegar essa fruta e processar e transformar num vinho e botar pra vender dentro de um mercado extremamente competitivo, onde eu estou concorrendo com produtores do Brasil inteiro e também com todos da América latina, é muito difícil. Porque se vocês forem ao mercado, vão ver um monte de vinho argentino. Eu produzia vinho na argentina, então eu sei. A gente produzia baseado no mercado do MERCOSUL, na cooperativa que eu trabalhava lá.

Então de produzir a uva, o agricultor que está lá enraizado no campo, desenvolvendo suas tarefas pra ele se transformar num empresário para competir com tudo isso, está muito longe.

A idéia de fazer a cooperativa é excelente. Só que quem vai fazer e como fazer? Mentalizar o processo que é o problema, instrumentalizar é o problema. Qual é o setor mais importante do Brasil hoje? É a agricultura! Pára de produzir comida, eu quero ver o que a indústria ou o comércio vai fazer! Só que, por muito tempo, a agricultura foi a âncora verde do plano real, vendia frango a um real como símbolo do progresso. O agricultor não consegue se preparar para receber um preço justo por aquilo que ele produz, então isso acontece com o grupo da uva. Podemos dizer que os associados são tomadores de preço, ele não manda no preço dos produtos que compra. Se você vai comprar adubo, você vai pedir: quanto custa o adubo? Quanto custa a tesoura de poda? Quanto custa o trator? Agora na hora que você vai vender, quanto que você me paga por esse produto? Nós somos tomadores de preço.

Como é feita a venda dos vinhos?

Nesclar: A grande venda é feita como formiguinha, o cara está lá em Curitiba e quer o vinho colonial, daí ele vem em um desses 33 produtores e compra o vinho colonial e esse cara que comprou faz propaganda para a família dele, para os amigos. Essas pessoas passam a comprar o vinho do Grupo da Uva de Mandirituba. Essas 33 famílias possuem um monte de parente e acaba se tornando uma rede de vendas muito grande, tanto que falta produto, vende tudo.

Existe algum evento da Associação?

Nesclar: Existe uma janta anual que é pra divulgar o grupo. Não tem o objetivo de vender o vinho. Os convites são vendidos para as pessoas que vão nos produtores para comprar vinho e também na cidade de Mandirituba. O evento está sempre cheio.